

МОРАЛЬНЫЕ АРГУМЕНТЫ В АНАЛИЗЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ракетская А.О.
г. Екатеринбург, УрФУ

MORAL ARGUMENTS IN THE ANALYSIS OF BUISNESS ACTIVITY

Raketskaya A.O.
Yekaterinburg, Ural federal university

Аннотация. Статья посвящена исследованию этического аспекта предпринимательской деятельности. Автор исходит из того, что в современном обществе все чаще появляются проблемы во взаимоотношениях людей в сфере коммерческой деятельности, что мешает ее нормальному функционированию, приводит к различного рода разногласиям, аморальному поведению конкурентов, ущемлению интересов других участников бизнеса и потребителей.

Ключевые слова: бизнес, конкуренция, коммерческая деятельность, этика бизнеса.

Abstract. The article is devoted to the study of the ethical aspects of business activities. The author believes that in the modern world are increasing problems in relation to commercial activities, it interferes with the normal functioning of this sphere leads to various kinds of disagreements, immoral behavior of competitors, infringement of interests of other business participants and consumers.

Keywords: business, competition, business ethics.

В мире современных технологий, товарно-денежных отношений, крупных фирм-монополистов создается угроза ухода на второй план человечности и этики общения в бизнес-сфере. В предпринимательстве не должно быть обмана, нечестного поведения, несоблюдения принципов морали и этики, так как деятельность бизнесмена тесно связана с риском. Каждый предприниматель должен понимать, что для успешного ведения бизнеса необязательно прибегать к лжи, обману, плагиату и ущемлению этических отношений в конкурентной среде. Бизнесмены, отличающиеся невежеством в вопросах морали, видят в своих клиентах не полноценных участников товарообмена, а лишь источник получения прибыли. Современные предприниматели с осуждением относятся к нечестному ведению бизнеса и нарушению правил морально-этического кодекса, поэтому чаще всего бизнесмены, не знающие законов ведения предпринимательской

деятельности и правил общения в процессе бизнес-операций, завершают свое дело полным крахом. В бизнесе нужно иметь не только четкую стратегию получения желаемого результата, то есть прибыли, но и уважение к своим конкурентам, соблюдать законы государства, стремиться к честному сотрудничеству.

Существует тенденция к отказу от уплаты налогов, фальсификации документов, пренебрежению общечеловеческими нормами и правилами в ведении бизнеса. В этом контексте предприниматели делятся на два типа: одни осознают свои неправильные действия и пытаются что-то изменить, запрещают себе лгать ради достижения цели, с достоинством проходят все испытания коммерческой деятельности. Другие же, наоборот, осознают свое аморальное поведение и действуют так намеренно, ради собственной выгоды. Как считает М. Сэндел, такое поведение лежит в основе рыночного мышления и тем самым объясняет его привлекательность. Но каждому из нас стоит задаться вопросом: является ли это залогом успешного бизнеса? И как часто можно прибегать к такого рода манипуляциям?

На мой взгляд, каждый предприниматель, вне зависимости от уровня достижений в бизнесе, должен нести ответственность за свои поступки. Дискуссия о моральных ограничениях для рынка позволила бы обществу решить, в каких сферах рынок служит общественному благу, а где его присутствие является недопустимым [3, с. 21].

Однако в настоящее время решению данной проблемы не уделяется должного внимания, предприниматели забывают о морали в процессе ведения собственного дела, что приводит к упадку рыночных возможностей. Постепенное развитие этического аспекта в бизнесе может обеспечить эффективное взаимодействие между участниками рынка, а также, в идеале, создать цельную платформу для деятельности будущих предпринимателей, в которой будут отсутствовать фальсификация, обман и плагиат.

Список литературы

1. Егорова Е. Н. Коммерческая деятельность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika/k001/49.html> – 20.10.2017.
2. Коммерческая деятельность. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika/k001/49.html> – 21.10.2017.

3. Сэндел М. Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка / М. Сэндел / пер. с англ. Натальи Ильиной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 256 с.

ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСКОЙ ЛИЧНОСТИ

Харитонов В. В., Патраков Н. Е.
г. Екатеринбург, УрФУ

FEATURES OF THE CREATIVE PERSONALITY

Kharitonov V. V., Patrakov N. E.
Yekaterinburg, Ural Federal University

Аннотация. На материале творчества художника Павла Филонова рассматриваются особенности творческой личности: содержательные, формальные и функциональные, а также соотношение русского авангарда с пореволюционной действительностью.

Ключевые слова: личность, творческие особенности, опредмеченность, нравственная практика

Abstract. On the material of the creativity of the artist Pavel Filonov, the features of the creative personality are considered: substantial, formal and functional, and also the ratio of the Russian avant-garde to the postrevolutionary reality.

Keywords: personality, creative features, objectivity, moral practice

Особенности всякой творческой личности очевидны, поскольку они реализованы, объективированы и опредмечены в его произведениях, которые позволяют хотя бы в малой степени говорить об их создателе. Если речь идет не только о личности реализовавшейся, но и о художнике гениальном, то к привычным параметрам добавляются анализа попадают свойства особенные, более ярко выраженные, в отличие от тех, которые свойственны любому человеку. Роль личности в истории и культуре, кроме опредмеченности творческой личности в ее созданиях, отличается исторически-хронотопической особенностью. Историческая личность совершает действия в конкретном историческом континууме, в котором остаются результаты ее действий. В культуре художник творит в определенном хронотопе, но реализует себя, создавая вторичную реальность, функционирование которой не прикреплено к определенному